

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, D.S., M. Apip, D. Usmar. 2018. Strategi Pengembangan UMKM Daalam Menghadapi Era Industri 4.0: Dalam Perspektif Akuntansi. *Jurnal Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia Accounting Review* Vol. 2(1): 43-48.
- Anggraini, N. F. 2017. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Jasa Ojek Online*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Anggraini, R.Y. 2017. Masuknya Paradigma Interpretif Pada Kajian Ilmu Akuntansi. *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan* Vol 1(1): 51-62.
- APJII. 2018. Survei APJII: Penetrasi Internet di Indonesia. *Apjii*, 3. Retrieved from <https://apjii.or.id/download/file/BULETINAPJIIEDISI22Maret2018.pdf>
- Davis, F. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology*. *Management Information Systems Research Center*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Efendi, A., T. Logawali, dan Musdalifah. 2016. Pengaruh *Branda Image* dan Inovasi Layanan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Gojek di Kota Makassar. *Jurnal Manajemen Ide dan Inspirasi* Vol 3(2): 1-15.
- Franedya, R. 2019. Fakta-Fakta yang Oranf Tidak Tahu Soal Go-jek, 2 Juta Driver. <https://www.cnbcindonesia.com/fintech/20190405134149-37-64882/fakta-fakta-yang-orang-tidak-tahu-soal-gojek-2-juta-driver>. (Diakses 24 Mei 2019)
- Go-jek.com. 2019. tentang go-jek. <https://www.go-jek.com/about>. 08 Mei 2019 (23.00)
- Hardian. 2018, April 23. 3 Aplikasi Ojek *Online* Pesaing Gojek dan Grab. Retrieved from <https://www.moneysmart.id/3-aplikasi-ojek-online-lokal-pesaing-go-jek-grab/>
- Hayati, N. 2016. *Analisa Strategi Marketing Public Relations PT. Gojek dalam Memasarkan Gojek sebagai Sarana Transportasi Berbasis Teknologi*. *The Marketing Century*. Universitas Indonesia. <https://doi.org/10.1002/9781119208501.ch9>
- Jans, R. T. 2017. 6 *Tren Digital Marketing* Indonesia. Retrieved December 16, 2018, from <https://nextdigital.co.id/2017/03/02/6-tren-digital-marketing-indonesia-di-tahun-2017-yang-tidak-anda-sadari-bisa-bikin-sukses/>
- Karunanithy, M., dan S. Sivesan, . 2013. *An empirical study on the promotional mix and brand equity: Mobile service providers*. *Industrial Engineering Letters*, 3(3), 1–9. <https://doi.org/2225-0581>

- Kominfo, K. 2018. Jumlah Pengguna Internet. *Retrieved from* https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/12640/siaran-pers-no-53hmkominfo022018-tentang-jumlah-pengguna-internet-2017-meningkat-kominfo-terus-lakukan-percepatan-pembangunan-broadband/0/siaran_pers
- Kumlasari, P. 2013. Analisis Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* terhadap *Brand Equity* dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen (Studi pada *Product Placement* Mie Instan Indomie di dalam Film 5 cm). *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., dan, K. L. Keller 2000. *Manajemen Pemasaran* 301.
- Lavenia, B. C., Iqbal, M., dan A., Irawan. 2018. Pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Electronic Word Of Mouth* (EWOM) Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 60(3), 52–61. Retrieved from administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Maryam, dan W., Wirman. 2017. Strategi *Marketing Public Relations* dalam Meningkatkan Jumlah Tamu Hotel Pantai Marina Bengkalis. *Jom FISIP*, 4(2), 1–19.
- Nur'amna, A. 2018. Analisis Efektivitas Sales Promotion pada Gojek dan Grab serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pengguna Transportasi Online di Kota Makassar. *Skripsi*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Pratiwi, W. A., dan G. B. Rahanatha, 2016. Peran *Brand Awareness* Memediasi Daya Tarik Iklan terhadap Brand Attitude Indomie di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(12), 7899–7928.
- Ridho, M., Suharyono. 2017. Pengaruh Kualitas Produk terhadap *Brand Image* dan Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Kartu Prabayar Simpati Kota Malang). *Jurnal Administrasi bisnis* Vol 52 (1): 124-131.
- Romadhon, M.N., Zainuddin. 2018. Dampak Ojek Online terhadap Kesejahteraan Sosial (Studi Kasus pada Komunitas Independent Gojek di Yogyakarta). *Skripsi*. Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Safrizal. 2015. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Ayam Penyet Pak Ulis di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Keuangan* Vol 4(1): 214-224.
- Septanto, H. 2016. Ekonomi Kreatif dan Inovatif Berbasis TIK ala Gojek dan Grabbike. *Bina Insani ICT Journal* Vol 3 (1): 213-219.
- Situmeang, L.S. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan. *Skripsi*. Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

- Situmorang, J. R. 2010. Pemasaran Viral. *Administrasi Bisnis*, 6(No.1), 59–71.
- Soemirat, dan Elvinaro. 2008. *Marketing Public Relations*. In *Strategic Brand Management* 24, pp. 155–172.
- Syahputra, A. R. 2016. *Penggunaan Technology Acceptance Model terhadap Intensi Pebisnis dalam Menggunakan E-Commerce*. Universitas Lampung.
- Tulasi, D.2012. *Marketing Communication dan Brand Awareness*. *Humaniora*, 3(45), 215–222.
- Velarosdela, R.N. 2019. Hari Ini, Go-Jek Uji Coba Tarif Baru di Lima Wilayah Operasi.<https://megapolitan.kompas.com/read/2019/05/01/10530781/hari-ini-go-jek-uji-coba-tarif-baru-di-lima-wilayah-operasi>. (Diakses 25 Mei 2019).
- Wahid, U., dan A. E. Puspita. 2017. Upaya Peningkatkan *Brand Awareness* PT . Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas *Marketing Public Relations*. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 31–43.
- Wardani, T.U. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisni Jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UNI Sumatera Utara. *Skripsi*. Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara..
- Zahra, A. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Trasnportai Ojek *Online* (Studi pada Pelanggana Gojek di Kota Yogyakarta). *Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.